



El discurso mediático y la divulgación del patrimonio arqueológico

Ana María Mansilla Castaño, Departamento de Prehistoria. Universidad Complutense de Madrid

La divulgación del patrimonio arqueológico en los medios de comunicación ha aumentando y se han diversificado más las temáticas abordadas. Sin embargo, el tipo de discurso presente en los medios de comunicación, principalmente diarios y semanarios, difiere bastante del utilizado por la comunidad arqueológica. Ante el creciente interés del público por la arqueología es cada vez más necesaria una reflexión sobre las prácticas discursivas en el ámbito arqueológico, de cara a facilitar un mayor entendimiento con quienes directamente difunden el conocimiento arqueológico fuera del ámbito académico y contribuyen a un mayor acercamiento de la disciplina a la sociedad.

Media Discourse for the Popularisation of Archaeological Heritage

The popularity of archaeological heritage in the media has grown, and the subject matters engaged have diversified. Nevertheless, the kind of discourse present in media - chiefly newspapers and weeklies - differs to a large extent from the one used by the archaeological community. Given the increasing public interest in archaeology, it is ever more necessary to draw a reflection on discursive practises in the archaeological realm, in order to provide a better dialogue with those that directly broadcast archaeological knowledge outside the academic field, and who contribute to reduce the gap between this discipline and society.

Introducción

Cuando nos estamos acercando ya al final de la primera década del siglo XXI, las principales características del discurso divulgativo del patrimonio arqueológico en los medios de comunicación no difieren demasiado de las observadas a finales de la década de los 90 (Ascherson, 2004; Finn, 2003; Ruiz Zapatero, 1996a y 1996b; Ruiz Zapatero y Mansilla, 1999). Si bien, se pueden apreciar algunos matices diferenciales, como la mayor incorporación de los soportes digitales y el creciente protagonismo del discurso visual. El objetivo de este artículo es reflexionar sobre el hecho de que siguen vigentes dos diferentes tipos de discurso divulgativo del patrimonio arqueológico, el que se circunscribe al ámbito académico y aquél que está presente en los diferentes medios de comunicación. Por tanto, para lograr una adecuada divulgación del patrimonio arqueológico es fundamental una mayor aproximación entre estos dos tipos de discurso. Para ello hace falta en primer lugar una mayor sensibilidad y conciencia de la relevancia de la divulgación en sí y en segundo lugar una reelaboración de los discursos académicos. Esto hace referencia no tanto a una banalización de los contenidos, como a la búsqueda de formas más eficaces de comunicación. Lo que supone tener en cuenta el referente y la experiencia de otros ámbitos profesionales tradicionalmente orientados al público como el periodismo, la literatura, la publicidad y la mercadotecnia.

Hoy, como a finales de la década de los 90 (Ruiz Zapatero y Mansilla, 1999), el discurso sobre arqueología en los medios de comunicación presenta las siguientes características: (1) ofrece una visión positiva de la arqueología; (2) refleja el aumento de la sensibilidad social hacia el patrimonio arqueológico; (3) muestra que los cambios en el tipo de discurso han sido más superficiales que profundos en cuanto al tratamiento dado al tema.

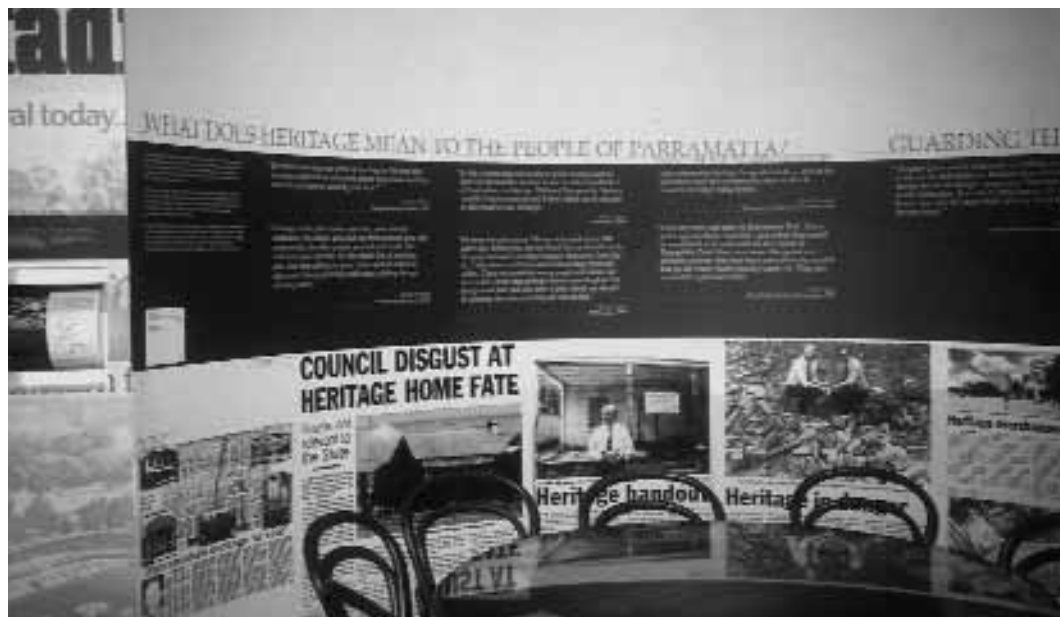
Así pues, en un contexto social como éste, favorable a la arqueología, la comunidad arqueológica (Murray, 1993) debe implicarse y responsabilizarse más en la divulgación, y en este proceso el protagonismo del discurso arqueológico es claro.

Desde la irrupción de la arqueología en los medios de comunicación a mediados del siglo XX su presencia ha ido ganando continuamente importancia, primero en revistas y otras publicaciones divulgativas, luego tímidamente en la televisión, la prensa escrita, la radio y más recientemente en documentales e Inter-

net. Pero al mismo tiempo hay que señalar que la reflexión de los arqueólogos sobre la presencia del pasado en esos medios ha sido tardía y todavía muy insuficiente. En otras palabras, la arqueología está presente en los medios de comunicación desde hace más de cincuenta años pero sólo en las dos últimas décadas la comunidad arqueológica se ha preocupado de analizar cómo es la arqueología que ofrecen los medios. A los estudios sobre la arqueología en los periódicos, todavía escasos y reducidos a unos pocos países (Holtorf, 2006a; Khun, 2002) -en España puede encontrarse alguna excepción como el trabajo de Alcalde i Gurt (1993)-, hay que añadir los de la arqueología en televisión (Fagan, 2003; Holtorf, 2006b; Silberman, 1999), especialmente en el Reino Unido, probablemente el país con mayor éxito de la arqueología en la pequeña pantalla (Hills, 2003; Henson, 2006; Kulik, 2003; Paynton, 2002; Piccini, 2004 y 2006). También se ha estudiado la presencia de la arqueología en revistas generales como *National Geographic* (Gero y Root, 1990) o divulgativas especializadas, caso de *Revista de Arqueología* (Mansilla, 2003). Los documentales y videos constituyen otro campo de gran interés (Archaeology & You, 2004) y, por último, las noticias de arqueología en general tienen en Internet una fórmula fácil para su búsqueda con webs específicas que llegan a clasificar las noticias no sólo por días, sino hasta por su aparición en las últimas horas (Hoopes, 2006).

¿Cómo se presenta la arqueología al público?

Cada vez más la arqueología encuentra nuevos espacios para llegar a la sociedad. Además de los tradicionales, aquéllos que permiten tener un contacto más directo con el patrimonio arqueológico, como son los propios yacimientos o los museos, surgen otros nuevos como los centros de interpretación o aulas arqueológicas. Cada uno de estos espacios presenta sus propias características y sus propios discursos; los dos primeros en muchos casos presentan características más tradicionales y los últimos más contemporáneas con la incorporación de técnicas de presentación más modernas y promoviendo una relación más interactiva con el público. Si bien no hay una ruptura tan radical entre unos y otros, de manera que las diferencias son más de carácter formal que de contenido, con un tipo de discurso que no difiere demasiado entre unos espacios y otros (Mansilla, 2004).



La significación, la interpretación. Ana María Mansilla

A lo largo de estas páginas me referiré principalmente al discurso divulgativo en la prensa escrita. Pues de cara a la aplicación práctica que se propondrá, de transformación del discurso divulgativo dentro de la disciplina arqueológica, es con este medio con el que existe una vinculación más directa. En relación con la divulgación en otros medios, son pocos aún, como he señalado más arriba, los estudios y las reflexiones realizadas al respecto, fundamentalmente televisión y documentales. Prima todavía una visión desde dentro de la disciplina más que de análisis desde la perspectiva del propio medio que se está analizando como ponen de manifiesto los trabajos críticos de Earl (2005), o de Gillings (2005) y de Pujol (2004), este último en relación con la utilización de la Realidad Virtual en divulgación.

Puede afirmarse que al aumento del número de noticias sobre arqueología en la prensa se añade una mayor diversidad en cuanto a la temática abordada y también un mayor número de publicaciones de divulgación arqueológica o histórica, principalmente revistas, que están revolucionando silenciosamente los kioscos en los últimos años (Casals, 2004; Ruiz Zapatero, 1996a). Una primera valoración de estas publicaciones sugiere que su enfoque es clásico en el sentido de que mantienen el interés prioritario en cuanto a temas identificados tradicionalmente como arqueológicos, o en otras palabras, asociados a las ideas populares sobre la arqueología, como en el caso de la *Revista Año Cero* (Almansa, 2006), búsqueda de miste-

rios, egiptomanía y algún otro. En relación con esta temática destaca el trabajo de Funari (2006) que, ante el atractivo que ejerce Egipto en la sociedad y entre los escolares en particular, realiza una interesante recopilación de información relativa a las ideas sobre Egipto y su aplicación en la enseñanza de la historia en Brasil. Un tema, el de la egiptomanía, que ha suscitado el interés de los investigadores, especialmente en los ámbitos donde ha tenido una mayor repercusión como son la publicidad (Talalay, 2004; Ucko, Quirke y Sully, 2006) y la pequeña pantalla (Schadla-Hall y Morris, 2003). Un ejemplo más de estas tendencias es *Revista de Arqueología* la publicación española de divulgación arqueológica más veterana, con más de veinte años (Mansilla 2003), y que a partir del año 2000 da un giro radical a su línea editorial, por el cambio de editor, y opta por un planteamiento más *light* y una orientación hacia la Egiptología siguiendo los intereses personales de su nuevo director (www.ciao.es/Revista_de_Arqueologia_del_siglo_XXI_Opinion_1019474).

En España la arqueología ha ganado mucho espacio en el terreno de los medios de comunicación durante los últimos años. Basta pensar en la abrumadora presencia de Atapuerca en todos los medios, la atención prestada a hallazgos punteros de los últimos tiempos como el Hombre de Flores o recientemente la Hija de Lucy, los numerosos documentales de TV, empezando por el propio *Atapuerca* de Javier Trueba, *La Especie Humana* (Bourdial, 2002) y la impactante *Caminando entre Cavernícolas* de

la BBC (Gamble, 2003) o las colecciones de fascículos de los kioscos como, el último por ahora, *La evolución del Hombre* de RBA que además entrega reproducciones de piezas prehistóricas y restos antropológicos. Claro que el peligro de este tipo de afición puede llevar a barbaridades como la de la revista de divulgación histórica *Hispania Vieja*, una de las últimas aparecidas, que empezó ofreciendo *auténticas* puntas de flecha neolíticas y ha seguido por monedas romanas *auténticas* (!!). Una idea de cómo se reciben hoy noticias arqueológicas y atraviesan con gran rapidez diferentes medios, produciendo una especie de “efecto multiplicador”, lo constituye el caso del anuncio de un estudio del Prof. B. Sykes de la Universidad de Oxford sobre el mapa genético de las Islas Británicas en el que se afirmaba que los celtas británicos provenían de la costa cantábrica hace más de 5000 años (<http://terraantiquae.blogia.com/2006/092101-unestudio-revela-que-los-britanicos-descienden-de-pescadores-ibericos.php> 21/09/2006); pocos días después, la página web *asturies.com* ([www.asturies.com](http://www.asturies.com/noticia.php?cod=26465)) lo recogía y, por último, la revista de humor *El Jueves* en su n.º 1531 (27 de septiembre al 3 de octubre) publicaba un chiste en el que debajo del texto “En el origen genético de los británicos figura una tribu de pescadores de la Península Ibérica” se ve un individuo “de derechas” con una gran bandera de España que afirma: “Querrá Usted decir de pescadores españoles” y una voz en *off* contesta: “Perdone, de españoles nada; que de esto hace 6000 años”. Un dato arqueológico de este tipo utilizado en un chiste de una revista de humor revela, sin duda, dos cosas: la madurez cultural de la revista, por un lado, y la de sus lectores, por otro.

El discurso arqueológico en los medios de comunicación

Centrándonos en los medios de comunicación escrita, diarios, semanarios y revistas, podemos observar una serie de características que los hacen especialmente atractivos para el público y activos agentes de la divulgación arqueológica. Se trata de medios más asequibles para la mayoría del público que otros tradicionales canales de difusión de la información arqueológica, como publicaciones o revistas especializadas. Son accesibles en varios sentidos, tanto por la posibilidad de ser fácilmente adquiridos, como por su frecuencia, diaria, semanal o mensual, y por su lenguaje. Un tipo de discurso directo y cercano que atrae más la atención que el discurso específicamente arqueológico. Las líneas de debilidad que presentan los artículos divulga-

tivos no son exclusivas de éstos, sino compartidas con otros tipos de textos, como los que se encuentran en diferentes soportes divulgativos, como los folletos o guías arqueológicas que conjugan textos e imágenes (Mansilla, 2007): un discurso poco directo y demorado. Si bien, hay cada vez más un consenso sobre la importancia de reducir la extensión de los textos y el número de palabras que pueden considerarse dentro de la jerga arqueológica.

El análisis realizado por Kintigh (2005) centrado en los textos de tesis y publicaciones científicas es especialmente interesante, pues pone de manifiesto que ya en este tipo de documentos se encuentran formas de transmitir los conocimientos arqueológicos que incluso en dicho contexto de audiencias más especializadas, por tanto con mayor interés y bagaje en cuanto a conocimientos sobre la disciplina, resultan poco adecuados. Algunas de las características que señala, al pasar al discurso divulgativo destinado a un público no especializado, se agravan, en cierta manera. El autor sugiere que los investigadores no sean demasiado prolivos en sus explicaciones sobre los procesos, hasta llegar al resultado verdaderamente interesante, pues de lo contrario el lector habrá perdido la atención. Así mismo, propone un tipo de texto que guíe al lector hacia los puntos clave del trabajo a través de la argumentación y de los datos que apoyan esos puntos clave. Propone un tipo de escritura precisa, en la que los métodos de análisis y las técnicas utilizadas estén claramente especificados. A finales de la década de los noventa se plantea la preocupación por la producción de textos que resultan demasiado aburridos incluso en el contexto de la investigación (Boivin, 1997) y se aconseja la búsqueda de alternativas, recurriendo a formas más literarias y subjetivas como ya sugería Hodder (1989). El análisis del discurso arqueológico realizado por Joyce (2002) explora las alternativas existentes al modelo tradicional de narración; su objetivo es llegar al público, indicando formas más directas y polifónicas que recojan, por ejemplo, las diferentes versiones y voces en el tratamiento de un determinado tema, así como la dimensión subjetiva y también interactiva. Incidiendo en cierto modo en el aprovechamiento de la riqueza de opciones que los distintos medios ofrecen, Internet, videos, etc. y que a veces se ven limitados al reproducir esos modelos tradicionales de discurso más lineales, transmitidos por una autoridad en el tema.

Hay algunas excepciones, así nos encontramos con textos de divulgación innovadores como el de Querol y Cas-

tillo (2002) que destacan por la riqueza de recursos discursivos, introduciendo el estilo dialogado, la ironía y la subjetividad, incorporando también el sentido del humor al optar por la colaboración de dos conocidos dibujantes para realizar las ilustraciones de su trabajo. Cabe destacar el trabajo sobre el papel del humor en el discurso arqueológico en España (Fernández Martínez, 1997; Ruiz Zapatero, 1997), una temática que se publica a finales de la década de los noventa algunos años después de que este tema suscitara interés en el contexto anglosajón (Sillar, 1992).

¿Cuál ha sido la contribución de los medios de comunicación a la divulgación del patrimonio arqueológico? Es evidente que los medios de comunicación desempeñan un destacado papel en la visibilidad de la arqueología como ciencia y del patrimonio arqueológico. Si bien con una focalización en los aspectos más llamativos, los grandes hallazgos, los resultados espectaculares y en el contexto español, el caso de Atapuerca como yacimiento paradigmático. Por ello, la labor pendiente es lograr transmitir la conexión entre los hallazgos, los resultados, incluso entre los titulares impactantes del tipo “canibalismo en la Prehistoria”, y el proceso que lleva a esos hallazgos e interpretaciones, es decir, la investigación en sí. Un tema que es especialmente importante en relación con la prensa local donde se aprecia una concentración mayor de las informaciones sobre arqueología en determinadas épocas del año. Principalmente el verano, que coincide con las campañas de excavación, frente a los otros meses en los que se produce un silencio, una desatención, pues en teoría no se producen noticias, por lo que sucede entre una campaña de excavación y otra. Un tipo de referencia y explicación que ayudaría a reducir la desconfianza del público tanto sobre el destino de los hallazgos, como sobre las propias interpretaciones arqueológicas (Antón, 2000).

La arqueología ha comenzado a interesarse por el análisis del discurso visual recientemente, prestando atención a determinados temas, principalmente las formas de representar al “otro” prehistórico (Molyneux, 1997; Moser, 1998, 2001). Una temática que está íntimamente relacionada con la creación de imágenes sobre la otredad, tanto relativa a grupos distantes geográficamente, principalmente poblaciones indígenas y aborígenes (Mansilla, 2004), como a las representaciones de las mujeres en diversos contextos (Russell, 2001). Sin embargo, poco a poco el abanico de temas objeto de interés en relación con la dimen-

sión visual en arqueología se ha ido ampliando. Éste es un aspecto especialmente importante a tener en cuenta en el caso de los medios de comunicación. Lo que estos nuevos estudios están destacando es la necesidad de ampliar la perspectiva, dejar en cierto modo la perspectiva endógena, cuáles son las imágenes de la arqueología que se utilizan en los diferentes contextos, tipo de imágenes, fuentes, etc., para incorporar una perspectiva exógena, prestando atención a la lógica de los otros discursos en los cuales también la imagería arqueológica se incorpora y cómo (Smiles y Moser, 2005). En este sentido el trabajo de González Reyero (2005) es pionero en España, donde hasta ahora este tipo de estudios no se han desarrollado suficientemente, al analizar el papel de la fotografía en la arqueología española desde mediados del siglo XIX a mediados del siglo XX.

Una importante aportación de los medios de comunicación a la divulgación arqueológica ha sido la aceleración del proceso de transformación del discurso visual. Se ha constatado ampliamente que dicho discurso tiene un ritmo de cambio más lento que el discurso textual, de manera que el tipo de ilustración presente en el ámbito de la investigación tarda cierto tiempo en pasar al ámbito formativo -principalmente los manuales universitarios-, en el que permanece sin demasiados cambios. A su vez, este tipo de discurso tarda un tiempo en llegar al ámbito divulgativo en el que también sufre pocas alteraciones (Mansilla, 2000). Hasta el punto de que determinadas representaciones ideales de la vida en la Prehistoria se reproducen con pocas variaciones hasta el día de hoy. Tal y como señala Moser (1998) la imagen de la humanidad prehistórica queda reducida a un limitado abanico de iconos, la presencia de un garrote, las vestimentas de pieles, la postura poco erguida, la abundancia de pelo, etc. Si bien se aprecia una gran permeabilidad entre unos contextos divulgativos y otros, en el sentido de que dichas imágenes representativas se encuentran en los museos, en las revistas y en los libros de divulgación. Los medios de comunicación logran, en cambio, invertir el proceso, haciendo que formas de discurso eminentemente periodísticas se incorporen al discurso divulgativo de otro tipo de publicaciones, como los atlas, del tipo *Mundos del Pasado* (1990), manuales universitarios (Renfrew y Bahn, 1993) y libros de divulgación (Gosden, 2003). Así encontramos cada vez más frecuentemente “textos-caja”, que presentan informaciones combinando texto e imagen y complementan el texto principal, pero permitiendo una lectura opcional e independiente. Por otro lado, las



Los visitantes. Tomasz Gucio

características de una disciplina como la arqueología en la que se conjugan diversos aspectos todos ellos muy visuales, las referencias geográficas, los datos cuantitativos, los esquemas de todo tipo de informaciones, las fotografías de los restos hallados, etc. encuentran en la incorporación de la infografía (Aguilera, 1990; Peltzer, 1991) un importante aliado.

Otro aspecto interesante que ha sido poco trabajado hasta ahora es la dimensión didáctica del discurso mediático en la enseñanza de la arqueología. La utilización, por ejemplo, de periódicos y revistas para analizar de forma crítica, en primer lugar, el enfoque dado a determinados temas de la actualidad arqueológica (Colley, 1992), en segundo lugar, para reflexionar sobre el calado de determinados términos específicos de la disciplina y por último como ejercicio para conocer otras formas de discurso que pueden contribuir muy positivamente a mejorar el discurso divulgativo arqueológico. En este sentido, conviene resaltar que también la prensa se convierte en una fuente de primera mano en los trabajos de investigación arqueológica. De cara a analizar los vínculos entre arqueología y sociedad, los medios de comunicación tienen un papel protagonista. Pues de hecho se encuentran más próximos del entendimiento y del sentir del público que la comunidad arqueológica (Rodríguez Temiño, 2004). Hasta tal punto se tiene en algunas universidades conciencia del

valor de la arqueología en los más actuales medios de comunicación que han surgido *Masters* especializados de "Archaeology for Screen Media" (Department, 2006) o "Archaeology and the Media: Digital Narratives in, for, and about Archaeology" (2006) dirigido por Ruth Tringham en la Universidad de California. En general podríamos decir que, al menos en la tradición anglosajona, se insiste en la importancia de que los arqueólogos manejen tan bien el paletín como la pluma (Kintigh, 2005), se reclama la importancia de saber escribir para públicos no-profesionales (Kwas, 2001 y 2002) e incluso se destaca la importancia de escribir bien en los periódicos locales (Klessert, 1998) por su gran capacidad de llegar a audiencias con interés inmediato.

Conclusiones

La divulgación del patrimonio es una preocupación reciente dentro de la comunidad arqueológica, especialmente en el contexto español donde puede situarse en torno a la década de los 90. Por ello sus efectos tardarán aún en ser visibles en muchos casos. Este creciente interés por la divulgación se ha notado principalmente en el mayor número de iniciativas etiquetadas como divulgativas, que se han concentrado en las etapas finales de la investigación arqueológica,

esto es, la divulgación de los resultados, a través de la puesta en valor de yacimientos arqueológicos, la creación o renovación de museos o la creación de centros de interpretación. No se ha prestado igual atención a la divulgación arqueológica a lo largo de todo el proceso investigador. Aunque existen excepciones como en el contexto castellano-leonés los trabajos realizados en el yacimiento de Numancia en Soria (Jimeno et al., 2004) o en el de Pintia en Valladolid (Sanz et al., 2003). De igual modo, la formación en el ámbito de la divulgación no se produce desde las etapas iniciales de la educación universitaria, sino que se circunscribe al ámbito de los estudios de postgrado, siendo creciente el número de masters y cursos de especialización que abordan esta temática en alguno de sus módulos, como el Máster en Gestión y Difusión del Patrimonio y el Postgrado en Interpretación Ambiental y del Patrimonio ofrecidos por la Universitat Oberta de Catalunya o los cursos de Postgrado en Turismo Cultural ofrecidos por la Universidad de Barcelona. En este sentido no se está prestando suficiente atención a un aspecto fundamental, como es la producción textual destinada a un público no especializado, que de hecho continúa siendo una de las principales formas de divulgación. Dentro de este tipo de discurso se sitúan tanto las publicaciones de carácter divulgativo, los textos para museos y centros de interpretación, las guías arqueológicas, los folletos, etc., como los textos destinados a los medios de comunicación. Hasta el momento no ha habido una sistematización de conocimientos, no se han publicado manuales de carácter orientativo en el ámbito arqueológico. De modo que al final el resultado depende más de la buena disposición, inspiración y arte particular de cada uno, con resultados diversos. Pues no es para ese tipo de comunicación para la que se forma la comunidad arqueológica a través de las prácticas. Si bien en el contexto más amplio de interpretación del patrimonio, englobando tanto patrimonio natural como cultural, se está realizando una importante labor en el sentido de ofrecer tanto los conocimientos teóricos como las herramientas necesarias para llevar a cabo esta labor, que como señalaba al principio ha estado caracterizada por el “activismo”, la acción más que la reflexión. En este proceso de difusión de conocimientos y experiencias Internet tiene un claro protagonismo pues es a través de ella que se difunde el *Boletín de Interpretación* ([www.interpretaciondel patrimonio.com](http://www.interpretaciondelpatrimonio.com)), publicado por la Asociación para la Interpretación del Patrimonio, sirviendo de puente entre Europa y América Latina.

En este aspecto, como en lo que a la divulgación del patrimonio arqueológico en general se refiere, son los trabajos del ámbito anglosajón los que se imponen. En concreto en el contexto norteamericano, en primer lugar, se ha situado ya la divulgación como un elemento más de la formación arqueológica para los estudiantes (White et al., 2004). Así no es extraño que en el programa de licenciatura de universidades como la de Maryland la realización de actividades con el público sea una condición *sine qua non*. Por ejemplo a través de las visitas guiadas a un yacimiento como el de Annapolis especialmente significativo por su incorporación del pasado de una gran parte de la comunidad como es la afro-descendiente (Cuddy, 2005), hasta hace poco ignorado. Esto está en consonancia también con un modelo educativo universitario norteamericano que fomenta la comunicación oral y escrita y la participación del alumnado desde los cursos iniciales. En segundo lugar se han elaborado materiales didácticos adecuados para facilitar ese paso de un tipo de discurso a otro para garantizar el resultado esperado: una adecuada comunicación con el público (Teresa, Hembrey y Little, 2004; Allen, 2002). También diversas publicaciones están contribuyendo a este cometido, por un lado la revista *Public Archaeology*, que divulga trabajos que se engloban dentro de esta área de la arqueología con una perspectiva internacional. Una revista que ya cuenta con su homóloga brasileña que ha adoptado como título la traducción directa de la misma, *Arqueologia Pública*. Si bien en el contexto español es una terminología que aún no ha cuajado suficientemente y tampoco se ha creado una específica. Esta terminología de “Public Archaeology” fue introducida por McGinsey (1972: 5) cuando señalaba que: “todos los datos arqueológicos, incluyendo los propios objetos arqueológicos, entran dentro del dominio del interés y preocupación pública”. Aunque en el contexto actual hay varias definiciones que constituyen un referente válido. Así, Schadla-Hall (1999: 147) señala que arqueología pública es aquella “relacionada con cualquier área de actividad arqueológica que interactúa o tiene el potencial de interactuar con el público, que en su amplia mayoría, por una variedad de razones, conoce poco sobre la arqueología como sujeto académico”. Por su parte, Ascherson (2000: 2) ofrece una visión que se acerca más a lo que podría denominarse arqueología aplicada cuando indica que la arqueología pública tiene que ver con los “problemas que surgen cuando la arqueología se mueve en el mundo real de los conflictos económicos y de las luchas políticas, por tanto está rela-

cionada con la ética”. Todas ellas por tanto coinciden en un aspecto fundamental: dar al público una atención especial en todas las actividades que envuelven las prácticas arqueológicas.

La *Society for American Archaeology* lleva a cabo una importante labor en este ámbito que se concreta en su revista *The SAA Archaeological Record*; ésta viene ofreciendo sugerencias y referencias sobre cómo dirigirse a las más diversas audiencias en los más variados contextos (Young, 2003), tanto exposiciones, ferias, como medios de comunicación, o visitas turísticas guiadas (Klesert, 1998; Kwas, 2001a, 2001b, 2002a, 2002b; Gugliotta, 2003). Las propuestas de Zimmermann (2003: 124-127) sobre cómo establecer un fructífero diálogo con los medios de comunicación no se alejan de la línea de actuación sugerida por la SAA (*Society for American Archaeology*), lo que debe concretarse en:

Contenido

- # Descubrir un gancho en cualquier historia, una idea que capte la atención tanto de los medios de comunicación a quienes enviemos la información del público.
- # Hacer referencia a algún tipo de aportación novedosa, las nuevas aplicaciones de una determinada tecnología o metodología.
- # Hacer referencia a los cambios significativos que respecto a una determinada teoría estamos aportando.
- # Contextualizar una noticia en relación con su relevancia a mayor escala, con su importancia para la humanidad, o por su aportación a un debate científico.
- # Tener en cuenta que la relevancia de un determinado gancho no siempre es coincidente con su mayor importancia científica.

Forma

- # Escribir textos de una sola página con una extensión de unas 200 palabras como máximo y estructurados en tres párrafos.
- # Pensar bien antes de escribir cuál es el aspecto más interesante de la investigación.
- # Ofrecer sólo los detalles estrictamente necesarios y una vez que se ha presentado la frase fundamental.
- # Utilizar la forma activa.
- # Evitar la jerga de la disciplina arqueológica.
- # Escribir un texto que suscite nuevas preguntas a quien lo lea.

Una vez más, es importante tener en cuenta la perspectiva de quien trabaja pensando en el público, por lo que no deben desdénarse las sugerencias que hace un editor de bestsellers al arqueólogo Lovata (2005) sobre qué puede llegar y qué no, así como los criterios de selección de trabajos arqueológicos para incorporar en

lo que con toda seguridad será un éxito de ventas. Lovata (2005: 267) coincide con Lipe (2002) y Steibing Jr. (1987), quienes mostraron que la clave para poder hacer frente a versiones distorsionadas del pasado estaba en la habilidad para mostrar al público el proceso de construcción del pasado actualmente. Entre las sugerencias para lograr una buena comunicación Lovata (2005: 272) señala las siguientes:

Estilo

- # Reducir el número de palabras.
- # Incluir más ilustraciones.
- # Modificar el estilo demasiado academicista de extensión excesiva, demasiado seco y sin gracia.

Finalidad

- # Captar la atención del lector.
- # Ofrecer un resultado más atractivo.
- # Hacer más tangible y cercano el pasado.
- # Ofrecer imágenes de lugares objeto de discusión, no directamente accesibles.
- # Ofrecer un discurso divulgativo no alejado del de otros medios de comunicación.

Para concluir y a modo de reflexión final, los medios de comunicación contribuyen en gran medida a la divulgación de la arqueología, produciendo un importante “efecto multiplicador” y permitiendo la permeabilidad de la información de unos medios a otros. Por ello, es fundamental un mayor acercamiento a los mismos en dos sentidos: 1) a través de un mayor análisis del papel de la arqueología en los mismos y 2) mediante una mayor flexibilidad en la relación con dichos medios. En este sentido, la tan deseada interdisciplinariedad se concreta en la búsqueda de un lenguaje compartido. En este punto la formación de los profesionales de la arqueología en nuevas formas de comunicación para llegar más directamente al público y para facilitar el diálogo con los medios de comunicación es importante. Es por tanto una cuestión de forma, de adaptación de los discursos, más que de contenido. De hecho es este miedo a la simplificación, a la vulgarización o trivialización el que ha dificultado en muchos casos la relación entre estos diferentes ámbitos profesionales. No se trata de una transformación esencial, sino de la introducción de una forma de contar las cosas utilizando los recursos que otros medios ofrecen y la experiencia de los profesionales del área de la comunicación.

Agradecimientos

A Gonzalo Ruiz Zapatero por su apoyo siempre.

Bibliografía

AGUILERA, H. Infografía, comunicación humana y evolución social. En Aguilar, H., Vivar, M. de et alii (eds.) *Las nuevas imágenes de la comunicación audiovisual en España*. Madrid: Fundesco, 1990

ALCALDE I GURT, G. L' Ímatge dels museus d' Arqueologia a Catalunya a través de la premsa diària i la televisió. *Dossier de Patrimoni Cultural: dossier d'informació i documentació per els Municipis*, n.º 50, 1993, pp. 131-135

ALLEN, M. Reaching the hidden audience: the rules for the archaeological writer. En Little, B. (ed.) *Public benefits of Archaeology*. Gainesville, University Press of Florida, 2002, pp. 244-251

ALMANSA SÁNCHEZ, J. La imagen popular de la arqueología en Madrid. *Arqueoweb* [en línea], v. 8, n.º 1, 2006, www.ucm.es/info/arqueoweb/numero8_1/conjunto8_1.htm [consulta: 29/08/2006]

ANTON, J. Arqueología sin tapujos. *El País Semanal*, n.º 1255, 15 octubre 2000, pp. 29-34

ARCHAEOLOGY and the media: digital narratives in, for, and about archaeology [en línea], 2006. <http://ls.berkeley.edu/dept/anth/springcourses/anth136jsp06.doc> [consulta: 29/11/2006]

ARCHAEOLOGY & you. Movies, Television Programs, and Videos about Archaeology, [en línea], 2004. (www.sa.org/publications/ArchAndYou/learning/movies.html) [consulta: 29/09/2006]

ASCHERSON, N. Editorial. *Public Archaeology*, v. 1, n.º 1, 2000, pp. 1-4

ASCHERSON, N. Archaeology and the British Media. En Merriman, N. (ed.) *Public Archaeology*. Londres / Nueva York: Routledge, 2004, pp. 145-158

BOIVIN, N. Insidious or just boring? An examination of academic writing in archaeology. *Archaeological Review from Cambridge*, v. 14, n.º 2, 1997, pp. 105-125

BOURDIAL, I. La Préhistoire comme si vous y étiez. L' Odissee de l' Espèce. *Science & Vie*, n.º 1023, 2002, pp. 168-175

BRADLEY, R. *Bridging the Two Cultures: commercial archaeology and the study of British prehistory* [en línea], 2006 (www.archaeologists.net/modules/news/index.php?storytopic=0&start=10) [consulta: 13/0/2006]

CASALS, J. M. Y X. La historia en el quiosco: ¿una revolución silenciosa? *Ayer*, v. 54, n.º 2, 2004, pp. 349-365

COLLEY, S. Noah's ark, archaeology, professionalism and the public. *Australian Association of Consulting Archaeologists Incorporated Newsletter*, v. 52, 1992, pp. 11-12

CUDDY, T. W. African American archaeology in Annapolis. *The SAA Archaeological Record*, v. 5, n.º 2, 2005, pp. 6-10

DARWILL, T. Public Archaeology: An European Perspective. En Bintliff, J. (ed.) *A Companion to Archaeology*. Malden: Blackwell Publishing, 2006, pp. 409-434

DEPARTMENT. MA in Archaeology for Screen Media (www.bristol.ac.uk/archanth/postgrad/screenma.html) [en línea], 2006 [consulta: 26/09/2006]

EARL, G. P. Video killed engaging VR? Computer visualizations on the TV screen. En Smiles, S. y Moser, S. (eds.) *Envisioning the past. Archaeology and the image*. Malden, Oxford y Vitoria: Blackwell Publishing Ltd., 2005, pp. 204-222

FAGAN, G. G. Far out television. *Archaeology*, v. 56, n.º 3, 2003, pp. 46-50

FEDER, K. L. *Frauds, myths and mysteries: science and pseudoscience in archaeology*. Mayfield: MacGraw-Hill Education, 2006

FERNÁNDEZ MARTÍNEZ, V. M. Desenterrando la risa: una aproximación a la arqueología y el humor. *Complutum*, v. 8, 1997, pp. 355-368

FINN, C. Mixed messages. Archaeology and the media. *Public Archaeology*, v. 1, 2003, pp. 261-268

FUNARI, R. D. S. *Imagens do Egito Antigo. Um estudo das representações históricas*. São Paulo: AnnaBlume. UNICAMP. 2006

GAMBLE, C. Walking tall, not talking heads (reseña de "Walking with Cavemen"), *Nature*, n.º 422, 2003, pp. 473

GERO, J. Y ROOT, D. Public Presentations and Private Concerns: Archaeology in the Pages of National Geographic. En Gathercole, P. y Lowenthal, D. (eds.) *The Politics of the Past*. Londres: Unwin Hyman, 1990, pp. 19-37

GILLINGS, M. The real, Virtually Real, and the Hyperreal. The role of VR in Archaeology. En Smiles, S. y Moser, S. (eds.) *Envisioning the past. Archaeology and the image*. Malden, Oxford y Vitoria: Blackwell Publishing Ltd., 2005, pp. 223-239

GONZÁLEZ REYERO, S. *La aplicación de la fotografía arqueológica en España (1860-1960). 100 años de discurso arqueológico a través de la imagen*. Tesis Doctoral (cd-rom). Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, 2005

GOSDEN, C. *Prehistory. A very short introduction*. Oxford: University Press, 2003

GOWLETT, J. Indiana Jones: crusading for archaeology? Recensión de S. Spielberg (dir.) Indiana Jones and the Last Crusade. *Antiquity*, v. 64, 1990, pp. 157

GUGLIOTTA, G. Communication archaeology to the public: a science writers' perspective. *The SAA Archaeological Record*, v. 3, n.º 2, 2003, pp. 13-14

HENSON, D. Television Archaeology: Education or Entertainment? [en línea], 2006 (www.history.ac.uk/education/conference/henson.html) [consulta: 11/10/2006]

HILLS, C. What is television doing for us? Reflections on some recent British programmes. *Antiquity*, v. 77, 2003, pp. 206-211

HODDER, I. Writing archaeology. The example of site reports in context. *Antiquity*, v. 63, 1989, pp. 268-274

HOLTORF, C. *From Stonehenge to Las Vegas. Archaeology as Popular Culture*. Walnut Creek: AltaMira Press, 2005

HOLTORF, C. *Archaeology in newspapers* (<http://traumwerk.stanford.edu:3455/PopularArchaeology/38>) [en línea], 2006a [consulta: 26/09/2006]

HOLTORF, C. *The single most significant source of information about archaeology is TV*, (<http://traumwerk.stanford.edu:3445/PopularArchaeology/40>) [en línea], 2006b [consulta: 26/09/2006]

HOOPES, J. W. *You've Got News! Archaeology Journalism on the Internet* [en línea] (www.saa.org/publications/SAAbulletin/17-2/SA19.html), 2006 [consulta: 21/09/2006]

ICAL. Druidas y jabalí para darse el "sí quiero" a la manera celta. *Diario El Heraldo de Soria*, 7-XII-2005

JIMENO MARTÍNEZ, A.; SANZ ARAGONÉS, A.; BENITO BATANERO, J. P.; TORRE ECHEVARRÍA, J. I. DE LA. Numancia: conocimiento y difusión del pasado. En Val Recio, J. del y Escribano Velasco, C. (eds.) *Actas. Puesta en valor del patrimonio arqueológico en Castilla y León*. Salamanca: Junta de Castilla y León. Consejería de Turismo, 2004, pp. 247-264

JOYCE, R. A. *The languages of archaeology. Dialogue, narrative and writing*. Oxford: Blackwell, 2002

KINTIGH, K. W. Writing archaeology. Analysis and archaeological argumentation. *The SAA Archaeological Record*, v. 5, n.º 4, 2005, pp. 33-35

KLESERT, A. L. You too can write good: writing about archaeology for local Newspapers. *The Society for American Archaeology Bulletin*. v. 16, n.º 5, 1998, pp. 40-41

KUHN, R. Archaeology under the microscope: CRM and the press. *American Antiquity*, v. 67, n.º 2, 2002, pp. 195-212

KULIK, K. British TV Archaeology and the Public (1998-2002) (www.bris.ac.uk/Depts/Archaeology/events/abstracts/kulik.html) [en línea], 2003 [consulta: 25/09/2006]

KWAS, M. L. Communicating with the public part I. Slide-lecture tips. *The SAA Archaeological Record*, v. 1, n.º 4, 2001a, pp. 23-24

KWAS, M. L. Communicating with the public part II: Writing for the public and how to say it. *The SAA Archaeological Record*, v. 2, n.º 3, 2001b, pp. 16-23

KWAS, M. L. Communicating with the public part III: Writing for the public and making it look good. *The SAA Archaeological Record*, v. 1, n.º 5, 2002a, pp. 30-31

KWAS, M. L. Communicating with the public part IV. Tips for writing a tour guide. *The SAA Archaeological Record*, v. 2, n.º 3, 2002b, p. 21

KULIK, K. Archaeology and British television. *Public Archaeology*, v. 5, 2006, pp. 75-90

KULIK, K. A short history of archaeological communication. En Clack, T. y Britain, M. (eds.) *Archaeology and the Media*. Londres: UCL Press, en prensa

LEONE, M.; MULLINS, P. R.; CREVELING, M. C.; HURST, L.; JACKSON-NASH, B.; JONES, C. D.; KAISER, H. J.; LOGAN, G. C. Y WARNER, M. S. Can an African-American historical archaeology be an alternative voice. En Hodder, I., Shanks, M., Alexandri, A., Buchli, V., Carman, J., Cast, J. y Lucas, G. (eds.) *Interpretive archaeologies*. Londres: Routledge, 1995, pp. 110-124

LIPE, W. Public benefits of archaeological research. En Little, B. (ed.) *Public benefits of Archaeology*. Gainesville: Florida University Press, 2002, pp. 20-30

LYNCH, J. Y BARRETT, L. *Walking with Cavemen*. Nueva York: DK Publishing, 2003

LOVATA, T. R. Notes and Reviews. Curious Archaeology: the process of assembling fringe prehistory. *Public Archaeology*, v. 4, 2005, pp. 266-275

MANSILLA, A. M. El papel de los folletos en la divulgación del patrimonio arqueológico: el caso de la Comunidad Autónoma de Castilla y León (España). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v. 15, n.º 4, 2007, pp. 45-71

MANSILLA, A. M. Ver es creer: el poder de la imagen en Arqueología. *Arqueología Peninsular*.

Teoría y Práctica. Actas do 3º Congresso de Arqueologia Peninsular. Oporto: ADECAP, 2000, v. 1, pp. 185-196

MANSILLA, A. M. Una mirada a otros pasados: las imágenes de la Arqueología a través de las páginas de la Revista de Arqueología. En Avezuela Aristu, B., Barral del Pino, J. M., Falquina Aparicio, A., Mansilla Castaño, A. M., Marín Suárez, C. y Moral Vargas, M. del (eds.) *Jornadas Presente y pasado en la construcción identitaria: una mirada desde la arqueología y la antropología* (cd-rom). Madrid: UCA, 2003

MANSILLA, A. M. Recensión. M. Ángeles Querol y Alicia Castillo: Entre homínidos y elefantes. Un paseo por la remota Edad de Piedra. Madrid: Museo Arqueológico Regional. Doce Calles, 2002. *Trabajos de Prehistoria*, v. 60, n.º 1, 2003, pp. 185-187

MANSILLA, A. M. *La divulgación del Patrimonio Arqueológico en Castilla y León: un análisis de los discursos divulgativos*. Tesis Doctoral (cd-rom). Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2004

MANSILLA, A. M. Recensión. Luis Ángel Gómez (2003): Un imperio en la vitrina. El colonialismo español en el Pacífico y la exposición de Filipinas 1887. Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Instituto de Historia. Departamento de Historia de América. Colección Tierra Nueva Cielo Nuevo. Madrid: *Complutum*, v. 15, 2004, pp. 267-292

MCDONALD, S. Y RICE, M. *Consuming Ancient Egypt*. Londres: UCL Press, 2003

MCGINSEY, C. R. *Public Archaeology*. Nueva York y Londres: Seminar Press., 1972, p. 5

MOLYNEAUX, B. *The cultural life of images*. Londres: Routledge, 1997

MOSER, S. *Ancestral images. The iconography of human origins*. Stroud Sutton: Cornell University Press, 1998

MOSER, S. Archaeological representation. The visual conventions for constructing knowledge about the past. En Hodder, I. (ed.) *Archaeological Theory Today*. Londres: Leicester University Press, 2001, pp. 262-283

MUNDOS del pasado: atlas de arqueología. Barcelona: Plaza & Janés, 1990

MURRAY, T. Communication and the importance of disciplinary communities: who owns the past? En Yoffee, N. y Sherratt, A. (eds.) *Archaeological theory: who sets the agenda?* Cambridge: Cambridge University Press, 1993, pp. 105-116

PAYTON, C. Public perceptions and "pop archaeology" a survey of current attitudes

towards televised archaeology in Britain. *The SAA Archaeological Record*, v. 2, n.º 2, 2002, pp. 33-36; 44

PELTZER, G. *Periodismo iconográfico*. Madrid: Rialp, 1991

PICCINI, A. et al. "TV in BA" (Television in British Archaeology). *British Archaeology* [en línea], 2004 (www.britach.ac.uk/ba/ba75/column2.shtml) [consulta: 14/06/2006]

PICCINI, A. Faking it: why the truth is so important for TV archaeology. En Clack, T y Brittain, M. (eds.) *Medias Past*. Londres: UCL Press, 2006

POKOTYLO, D. Y GUPPY, N. Public opinion and archaeological heritage: views from outside the profession. *American Antiquity*, v. 64, n.º 3, 1999, pp. 400-416

PUJOL, L. Arqueologia, museus i realitat virtual. Digit.HVM [en línea] *Revista Digital d' Humanitats*, n.º 6, 2004, www.uoc.edu/humfil/articles/cata/pujol0304/pujol0304.pdf [consulta: 27/07/2006]

QUEROL, M. A. Y CASTILLO, A. *Entre homínidos y elefantes. Un paseo por la remota Edad de Piedra*. Madrid: Museo Arqueológico Regional. Doce Calles, 2002

RAMOS, M. Y DUGANNE, D. Exploring Public Perceptions and Attitudes about Archaeology. Report by Harris Interactive on behalf of the Society for American Archaeology [en línea], 2000 (www.saa.org/pubedu/nrptdraft4.pdf) [consulta: 28/09/2006]

RENFREW, C. Y BAHN, P. *Arqueología, teoría, métodos y práctica*. Madrid: Akal, 1993

RODRÍGUEZ TEMIÑO, I. *Arqueología Urbana en España*. Barcelona: Ariel Patrimonio, 2004

RUÍZ ZAPATERO, G. La arqueología en el quiosco: ¿El pasado domesticado? *Trabajos de Prehistoria*, v. 53, 1996a, pp. 170-172

RUÍZ ZAPATERO, G. La divulgación del pasado. Arqueólogos y periodistas: una relación posible. *PH. Boletín del IAPH*, n.º 17, 1996b, pp. 96-99

RUÍZ ZAPATERO, G. Héroes de piedra en papel: la prehistoria en el cómic. *Complutum*, v. 8, 1997, pp. 285-310

RUÍZ ZAPATERO, G. Y MANSILLA CASTAÑO, A. M. L. Arqueologia en els mitjans de comunicació. Materials per una reflexió crítica sobre la divulgació del passat. *Cota Zero*, n.º 15, 1999, pp. 42-62

RUSSELL, L. *Savage imaginings: historical and contemporary representations of Australian Aboriginalities*. Melbourne: Australian Scholarly Publications, 2001

SÁNCHEZ, L. Paleosexo. El primer amor. *Quo*, 125/febrero, 2006, pp. 40-44

SANZ MÍNQUEZ, C.; VELASCO VÁZQUEZ, J.; CENTENO CEA, I.; GALLARDO MIGUEL, M. A. Y GARRIDO BLÁZQUEZ, A. I. El Centro de Estudios Vacceos "Federico Wattenberg" y el proyecto Pintia. Bases para la protección, investigación y divulgación del patrimonio cultural vacceo. En Sanz Minués, C. y Velasco Vázquez, J. (eds.) *Pintia. Un oppidum en los confines orientales de la región vaccea. Investigaciones arqueológicas vacceas (1993-2003)*. Valladolid: Universidad de Valladolid, 2003, pp. 251-278

SCHADLA-HALL, T. Editorial: Public Archaeology. *European Journal of Archaeology*, v. 2, n.º 2, 1999, pp. 147-158

SCHADLA-HALL, T. Y MORRIS, G. Ancient Egypt on the Small Screen - from Fact to Faction in the UK. En Ucko, P., MacDonald, S. y Rice, M. (eds.) *Consuming Ancient Egypt*. Londres: UCL Press, Institute of Archaeology, 2003, pp. 195-215

SHAMA, S. Television and the trouble with history. En Cannadine, D. (ed.) *History and the Media*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2004, pp. 20-33

SCHMIDT, M. Archaeology and the German public. En Härke, H. (ed.) *Archaeology, Ideology and Identity. The German experience*. Frankfurt am Main: Peter Lang Grubh, 2002, pp. 244-274

SILBERMAN, N. A. Is archaeology ready for prime time? *Archaeology*, v. 52, n.º 3, 1999, pp. 79-82

SILLAR, B. Digging for laugh. *Archaeological Review from Cambridge*, v. 11, n.º 2, 1992

SMILES, S. Y MOSER, S. *Envisioning the past. Archaeology and the image*. Malden, Oxford y Carthon: Blackwell Publishing, 2005

STEIBING, W. JR. The dangers of cult archaeology. En Harrola, F. B. y Eve, R. A. (eds.) *Cult Archaeology and Creationism*. Iowa City: University of Iowa Press, 1987, pp. 1-10

TALALAY, L. E. The past as commodity. Archaeological images in modern advertisement. *Public Archaeology*, v. 3, 2004, pp. 205/216

TERESA, S. M., HEMBREY, H. A. Y LITTLE, B. J. Interpretation for archaeologists. A guide to increasing knowledge skills and habilities. Archaeology program, National Park Service. Washington DC. [en línea], 2004
www.cr.nps.gov/archaeology/index.htm [consulta: 19/09/2006]

UCKO, P. J., QUIRKE, S. Y SULLY, D. The past in the present and future: Concluding thoughts. *Public Archaeology*, v. 5, 2006, pp. 58-72

UN ESTUDIO revela que los británicos descenden de pescadores ibéricos [en línea]
<http://terraeantiquae.blogia.com/2006/092101-un-estudio-revela-que-los-britanicos-descienden-de-pescadores-ibericos.php> [consulta: 26/09/2006]

VAN DYKE, R. M. Seeing the Past: Visual Media in Archaeology, *American Anthropologist*, v. 108, n.º 2, 2006, pp. 370-384

WHITE, N. M.; WEISMAN, B. R.; TYKOT, R. H.; WELLS, E. C.; DAVIS-SALAZAR, K.; ARTHUR, J.W. Y WEDMAN, K. Academic Archaeology is Public Archaeology. *The SAA Archaeological Record*, v. 4, n.º 2, 2004, pp. 26-29

YOUNG, P. The archaeologist as storyteller: how to get the public care about what you do. *The SAA Archaeological Record*, v. 3, n.º 1, 2003, pp. 7-10

ZIMMERMAN, L. J. *Presenting the past. Archaeologist's toolkit*, 7. Oxford: Altamira Press, 2003